



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS STRATEGI *DIFERENSIASI* PRODUK PADA
BISNIS BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA
PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)*



UIN SUSKA RIAU

OLEH

DESI BAROKAH
NIM. 11425200065

PROGRAM S1

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1440 H/2019 M



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “**ANALISIS STRATEGI *DIFERENSIASI* PRODUK PADA BISNIS BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM**” Yang ditulis oleh :

Nama : Desi Barokah

Nim : 11425200065

Program studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau .

Pekanbaru 20 Mei 2019

Pembimbing Skripsi

Rustam, SE, ME. SY

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK PADA BISNIS BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*

yang ditulis oleh :

Nama : **Desi Barokah**
 NIM : 11425200065
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 13 Agustus 2019
 Waktu : 08.00 Wib
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Agustus 2019 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

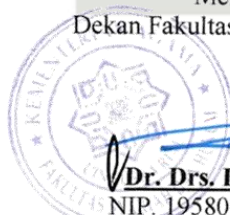
Ketua
Bambang Hermanto, M.Ag

Sekretaris
Syukran, M.Sy

Penguji I
Dra. Nurlaili, M.Si

Penguji II
Muhammad Nurwahid, M.Ag

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
 NIP. 19580712198603 1 005

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Desi Barokah, (2019): Analisis Strategi Diferensias Produk Pada Bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga Prespektif Ekonomi Islam”

Masalah penelitian ini adalah dalam proses pembuatan produk pihak semat tembaga sudah menerapkan strategi diferensiasi seperti pola batik yang unik mengikuti zaman, batik yang dibuat tidak pasaran berbeda dengan batik pada umumnya, selain itu juga mengemas produk batik dengan kemasan yang bagus. Namun fenomena yang didapat jumlah pendapatan mengalami naik turun pertahunnya. Penelitian ini dilaksanakan pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga di Jalan Kuantan No.42 Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana Strategi *diferensiasi* produk pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga, apa faktor pendukung dan penghambat dalam strategi Diferensiasi produk Batik Semat Tembaga Riau, bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi *diferensiasi* produk pada Bisnis Batik Semat Tembaga Riau.

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 1 pemilik dan 10 karyawan. diambil sampel sebanyak 4 orang dengan metode *purposive sampling*. dan pembeli yang tidak diketahui jumlahnya maka diambil sampel dengan kuota sebanyak 40 orang dengan metode *accidental sampling*. dan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, angket, dokumentasi. Kemudian dianalisis menggunakan analisis *deskriptif kualitatif*.

Hasil penelitian Strategi *Diferensiasi* Produk Pada Bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga menggunakan Strategi Diferensiasi produk mencakup bentuk, fitur, kualitas barang, kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya dan rancangan, semua dijalankan namun untuk keunikan lebih fokus kepada rancangan yang mengikuti zaman sesuai dengan umur agar diminati oleh kalangan anak muda dan dari tanggapan responden persentase tertinggi adalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tanggapan tentang indikator rancangan yang unik sebesar 39 orang atau 97,5%. Namun untuk tanggapan bahwa tidak adanya garansi 32 orang atau 80 %. Faktor pendukung di antaranya: kemajuan teknologi, tenaga kerja produktif yang banyak yang sudah memiliki skil dalam bidang membatik, adanya kerjasama dengan Dinas Pariwisata, dan faktor penghambat: masih kurangnya minat membatik, Bahan baku kesulitan dalam bahan baku. Tinjauan Ekonomi Islam dalam strategi diferensiasi batik semat tembaga yaitu: bahan baku yang digunakan aman dan halal, dan kualitas produk juga bagus tidak merugikan salah satu pihak.

Kata Kunci: strategi, diferensiasi, produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan karunia-Nya kepada kita bersama sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Sholawat dan salam atas junjungan alam Nabi Muhammad Shallallahu'alaihi Wa Sallam, mudah-mudahan dengan seringnya bersholawat kita termasuk umat yang mendapat syafaat beliau di akhir kelak nanti. Amin.

Skripsi ini berjudul **ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK PADA BISNIS BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM**. Skripsi ini hasil karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan oleh berbagai pihak yang telah memberikan dukungan tangan dan kemurahan hati kepada penulis untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak dan yang tulus dari lubuk hati yang paling dalam kepada:

1. Kedua orang tua penulis ayahanda tercinta Suprpto dan ibunda tercinta Trismiyatun, terimakasih ayahnda terimakasih ibunda untuk cinta kalian yang luar biasa tak akan pernah tergantikan oleh apapun, yang dengan tulus dan tidak henti-hentinya memberikan doa, motivasi, dukungan penuh baik moril maupun materil selama penulis kuliah di Uin Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semoga ayahanda dan ibunda sehat selalu murah rezeki dalam lindungan rahmat dan karunia-Nya Amiin.

2. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Prof. Dr. H. Akhmad Mujahiddin, S. Ag., M. Ag beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di UIN Suska Riau.
3. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag beserta Wakil Dekan I Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL, Wakil Dekan II Dr. Wahidin, S.Ag., M.Ag dan Wakil Dekan III Dr. H. Magfirah, MA yang telah mempermudah proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ketua Jurusan Ekonomi Islam, Bapak Bambang Hermanto, MA dan Sekretaris Jurusan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak, serta staf Jurusan Ekonomi Islam, yang telah banyak membantu, membimbing penulis selama perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Rustam, SE, ME.SY yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya demi penyelesaian skripsi ini.
6. Pemilik dan karyawan Batik Melayu Riau Semat Tembaga yang telah memberikan kesempatan dan waktu untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Pimpinan Perpustakaan Uin Suska Riau beserta staf yang telah banyak memberikan bantuan berupa kelengkapan buku untuk menunjang pembuatan skripsi ini.
8. Ibu Mardiana, M.A selaku Dosen Penasehat Akademis penulis yang selalu membimbing dan memberi solusi ketika penulis mengalami masalah selama perkuliahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Bapak/ Ibuk dosen yang telah mendidik dan memberikan Ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa seperti ini mengerti apa yang belum penulis mengerti. Semua ilmu yang telah diberikan sangat berarti dan berharga demi kesuksesan penulis di masa mendatang.

10. Ibu Desi Susanti, SE. Sy, ME. Sy yang banyak membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini, dan banyak memberikan motivasi kepada penulis.

11. Kakak tercinta Semata wayang Nina Fitria terimakasih telah mengajarkan arti kasih sayang arti berbagi arti persaudraan yang tak akan pernah putus sampai kapanpun, semoga kakak sehat selalu jadi anak sholehah yang sukses, dan kita bisa membahagiakan ayahnda dan ibunda.

12. Rekan-rekan seperjuangan penulis Jurusan Ekonomi Syariah tanpa terkecuali yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Teruntuk keluarga kecil d'expoeis, alumni lokal EI-F Angkatan 2014

13. Sahabat penulis Nielda Fitri Hirdayani yang sangat berarti dalam hidup penulis selama penulis mulai kuliah di Pekanbaru sampai sekarang, semoga persahabatan kita kekal sampai jannah-Nya.

Do'a dan harapan penulis semoga Allah Subhanahu wa ta'ala membalas

baik di baik semua pihak dengan kebaikan yang melimpah baik di dunia ini terlebih

akhirat kelak, Aamiin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 04 Mei 2019

Penulis,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	13
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
E. Metode Penelitian	14
F. Indikator Penelitian	18
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II GAMBARAN UMUM BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA	
A. Sejarah Batik Riau Semat Tembaga	20
B. Visi dan Misi	22
BAB III TINJAUAN TEORETIS	
A. Pengertian Strategi	23
B. Diferensiasi	25
C. Produk	27
D. Strategi diferensiasi produk	29
E. Bisnis	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Strategi <i>Diferensiasi</i> Produk Pada Bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga	42



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Faktor Pendukung dan penghambat dalam strategi Diferensiasi produk bisnis Batik melayu Riau Semat Tembaga.....	60
C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi <i>Diferensiasi</i> Produk pada Bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga ..	62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran	67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Omset Usaha Batik Semat Tembaga	10
Tabel I.2	Perbedaan Diferensiasi produk Pola Batik	11
Tabel I.3	Indikator Penelitian.....	18
Tabel 4.1	Produk Batik Semat Tembaga	43
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Tentang Alasannya Membeli Batik Semat Tembaga.....	48
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Tentang Sudah Berapa Kali Menjadi Konsumen Batik Semat Tembaga.....	49
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Bentuk Atau Fitur Batik Semat Tembaga Dibanding Batik Lain.....	51
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Pola Sesuai Keingan Sendiri.....	52
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Batik Dibanding Tempat Lain.....	53
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Ketahanan Pewarnaan Batik Lebih Bagus Dibanding Batik Lain.....	54
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Adanya Garansi Atau Bisa Diperbaiki Kembali.....	55
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Gaya Pola Batik Mengikuti Perkembangan Zaman.....	57
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tentang Uniknya Rancangan Batik Yang Dihasilkan	58
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Perbandinga Harga Dibanding Batik Lain.....	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Menjalankan kegiatan ekonomi meliputi beberapa aktifitas diantaranya produksi, konsumsi dan distribusi, seperti perdagangan, atau dalam bidang jasa seperti transportasi kesehatan, sebagainya.¹ Produksi adalah kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan konsumen.² Sedangkan distribusi adalah bagaimana produk yang dihasilkan dapat sampai pada pengguna terakhir (*end-user*) dengan biaya seminimal mungkin tanpa mengurangi kepuasan pelanggan.³

Produksi merupakan pekerjaan berjenjang yang memerlukan kesungguhan usaha manusia, pengorbanan yang besar, dan kekuatan yang terpusat dalam lingkungan tertentu untuk mewujudkan daya guna material dan spiritual. Pemahaman produksi dalam Islam memiliki arti sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber yang diperbolehkan dan melipat gandakan *income* dengan tujuan kesejahteraan masyarakat, menopang eksistensi serta ketinggian derajat manusia.

Sedangkan produk adalah barang hasil olahan dari proses produksi, produksi perlu dibahas dan dipahami oleh masyarakat luas, sebab sumber daya

¹ Muhmmad Syafi,i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Guna Insani, 2005), h. 169

² Burhanuddin Abdullah, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), h.230-231

³ Thorik Gunara, *Merketing Muhammad*, (Bandung:Maddani Prima, 2004), h.53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang telah disediakan oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala harus dikelola secara baik dan tidak boleh melakukan kerusakan dimuka bumi. Sebagaimana Allah Subhanahu wa ta'ala berfirman dalam surah An-Nahl (16): 5

وَاللّٰهُمَّ خَلَقَهَا لَكُمْ فِيْهَا دِفْءٌ وَمَنْفَعٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُوْنَ ﴿٥﴾

Dan dia telah menciptakan binatang ternak untuk kamu: padanya ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai-bagai manfaat, dan sebahagiannya kamu makan. (QS. An-Nahl (16): 5)

Ayat di atas menjelaskan bahwa manusia diberikan kebebasan untuk mengelola apa yang sudah ada, dengan cara yang sudah diatur dan sesuai dengan garis-garis dan norma yang telah mengatur.

Dalam era modern sekarang ini setiap manusia tidak lagi memenuhi kebutuhannya dengan cara memproduksi atau menghasilkan sendiri semua barang atau jasa yang dibutuhkan, tetapi manusia satu sama lain melakukan berbagai aktivitas seperti pertukaran, perdagangan, jual-beli, penyewaan dan banyak lagi. Semua aktivitas ini yang menggambarkan apa yang dinamakan dengan bisnis.

Bisnis merupakan kegiatan produksi, menyalurkan dan memasarkan barang-barang sehingga sampai ketangan pembeli untuk mendapatkan sebuah keuntungan.⁴ Bisnis juga meliputi produksi, distribusi dan konsumsi, produksi yaitu membuat barang dan jasa dan kemudian berusaha menjualnya sebagai bagian dari usaha perusahaan, dan masyarakat mengkonsumsi barang dan jasa tersebut dengan membelinya dalam bentuk daya beli atau permintaan efektif.⁵

⁴Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004), h.. 4

⁵ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.118.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Apapun bisnis yang digeluti harus memiliki misi mensejahterakan masyarakat.⁶ Keterlibatan muslim dalam berbisnis bukan merupakan sesuatu hal yang baru, namun telah berlangsung sejak beberapa abad yang lalu, hal itu tidaklah mengejutkan karena Islam juga menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis.

Islam juga mengemukakan bahwa kerja keras adalah modal utama, Al-Qur'an tidak memberi peluang bagi seorang muslim untuk menganggur sepanjang saat dalam kehidupan dunia. Dalam kehidupan di dunia ini prinsip yang ditekankan Al-Quran adalah kerja. Ini ternyata sejalan dengan semangat bekerja dalam aktifitas bisnis dijelaskan dalam. Al-Qur'an surah Al-Insyirah (94): 7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (QS. Al-Insyirah (94): 7)

Dalam dunia bisnis yang semakin ketat ini, perusahaan yang tidak mampu mempersiapkan produk baru akan menghadapi beberapa kendala yang berat. Perusahaan semacam ini akan mendapatkan produk-produk menjadi korban berubah-ubah kebutuhan dan selera konsumen, perkembangan teknologi baru, bahan baku yang susah didapat, daur produk yang semakin unik serta persaingan yang semakin kompetitif.

⁶Didin Hafidhuiddin, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h.93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persaingan yang terjadi di dalam dunia bisnis tidaklah menjadi sesuatu yang menakutkan, karena solusi produk setiap usahanya agar tetap eksis dan laris dipasaran. Dengan banyaknya usaha yang didirikan, tingkat persaingan yang terjadi pun semakin ketat. Untuk mampu bertahan hidup perusahaan sebagai pelaku bisnis dituntut untuk mampu bersaing dengan cara meningkatkan mutu kinerjanya, karena hanya mereka yang mempunyai kinerja yang baik yang akan tetap bertahan hidup.

Dalam praktek Manajemen pemasaran dikenal adanya istilah STP atau dikenal dengan *segmentation, Targeting dan Positioning*, dimana *segmentation* yaitu membagi tempat menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik dan tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda, *positioning* pemosisian apa yang hendak ditempatkan pada segmen tersebut, sedangkan *Targeting* yaitu proses mengevaluasi, menyeleksi, dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang akan dijadikan pasar sasaran.⁷

Penepatan *Positioning* merupakan konsep psikologis yang terkait dengan atau juga bertujuan untuk menciptakan citra (*image*) yang diharapkan bagaimana konsumen yang ada dapat menerima perusahaan tersebut, melakukan kegiatan yang berbeda ataukah mengambil tindakan yang mirip dengan cara berbeda dibandingkan dengan *competitor*.⁸

Mensiasati usaha ini sangatlah diperlukan agar menarik pihak konsumen untuk membeli apa yang kita tawarkan karena masalah persaingan

⁷ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, Servis, *Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2011), h.103-105

⁸ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h.58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bukanlah persoalan baru dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan tidak dapat menghindari diri dari kemungkinan bersaing dengan perusahaan lainnya.

Namun, persaingan dapat dijadikan cambuk bagi perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam menjalankan roda perusahaannya. Selain itu perusahaan juga harus selalu memperhatikan perkembangan selera konsumen agar langganan yang ada atau konsumen yang ada tidak lari keperusahaan pesaing. Persaingan merupakan faktor dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam memasarkan produk yang dihasilkan perusahaan.

Persaingan menentukan kegiatan yang perlu bagi perusahaan untuk beroperasi seperti inovasi pada penjualan atau implikasi yang baik. Secara umum definisi penjualan dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang atau pun jasa dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau pun barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya, penjualan sendiri tidak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya seperti pedagang dan tenaga pemasaran.⁹Dalam menjalankan sebuah bisnis, Ekonomi Islam mengajarkan bahwa tidak boleh bersaing secara kasar atau dilarang oleh Allah Swt , bersaing harus secara sehat.

⁹Sutojo Siswanto, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya, 1997), h. 28.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsep bersaing menjelaskan bahwa banyak yang tawaran berbagai variasi produk dipasaran. Konsumen mempunyai banyak pilihan, dan mereka dengan mudah memilih produsen yang berbeda. Situasi seperti ini, pemasar tidak akan berhasil memasarkan produknya jika tidak mempunyai usaha untuk menonjolkan perbedaan pada kegiatan usahanya. Jika penjualan tidak agresif, konsumen tidak akan bergeming. Adapun usaha-usaha untuk menonjolkan perbedaan atau kelebihan produk disebut strategi produk.

Strategi produk yang harus diperhatikan agar usaha yang kita jalani tetap laris dipasaran yaitu dengan penjualan yang baik, kemudian dapat memenangkan persaingan dengan membuat perbedaan dari produk yang dipasarkan dibandingkan produk perusahaan saingan. Sehingga konsumen merasakan adanya perbedaan yang bersifat positif dibandingkan dari produk perusahaan lainnya, konsep ini dinamakan dengan diferensiasi. Dengan strategi inilah perusahaan berusaha memperkenalkan ciri-ciri baru pada penjualan yang dipasarkan.¹⁰

Sebuah perusahaan yang dikenal baik kualitasnya dalam segmen tertentu akan menentukan posisi sebuah segmen baru. Jika ada banyak pembeli yang mencari kualitas. Tetapi dalam banyak kasus, dua atau lebih perusahaan akan mengejar posisi yang sama. Kemudian, masing-masing perusahaan harus mencari cara lain untuk membedakan, setiap perusahaan harus mendiferensiasikan penawarannya dengan menggabungkan sekumpulan

¹⁰David J Hunger dan Thomas Wheleen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi, 2003), 18.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manfaat unik yang sesuai dengan satu kelompok substansial dalam segmen itu.¹¹

Keunggulan diferensiasi menjadi salah satu aspek unik dalam suatu kegiatan bisnis yang mempengaruhi target konsumen menjadi pelanggan setiap perusahaan dibandingkan dengan pesaing lainnya. Keunggulan diferensiasi juga harus terjadi dalam setiap elemen bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Pada dasarnya diferensiasi produk adalah tindakan merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Artinya perusahaan berusaha membuat produk yang ditawarkan mempunyai keunggulan atau mempunyai nilai yang berbeda dan dibandingkan dengan produk kompetitor.¹²

Bagi perusahaan yang menerapkan konsep diferensiasi produk dapat dijadikan jalan alternatif dalam menyiasati ketatnya persaingan dan akibat-akibat yang ditimbulkannya. Karena dengan diferensiasi produk, segmen pasar yang dituju oleh perusahaan akan menjadi semakin luas dan konsumen akan semakin mudah dalam menentukan pilihan produk. Sehingga dengan adanya diferensiasi.

Setelah penambahan item yang berbeda pada satu ini produk, diharapkan mampu meningkatkan volume penjualan perusahaan dibanding dengan volume penjualan, sebelum diterapkannya volume penjualan

¹¹ Philips Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2006), h. 249.

¹² Daft L, Richard, *Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), h. 379.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diterapkannya diferensiasi produk. Karena seperti kebiasaan, konsumen akan cenderung membeli dengan jumlah yang lebih banyak pada penjualan yang menawarkan produk yang lebih bervariasi. Produk, selera konsumen tidak hanya terkonsentrasi pada segmen tertentu. Diferensiasi sangat penting bagi strategi produk perusahaan. Tanpa *diferensiasi*, produk perusahaan hanya akan menjadi komediti. Artinya produk tersebut tidak berbeda jauh dengan produk yang lainnya.¹³

Peran penting diferensiasi dalam sebuah bisnis merupakan suatu cara agar bisa masuk ke pangsa pasar, dalam teori ekonomi Islam dalam berdagang atau menjalankan bisnis kita tidak boleh saling menzalami namun untuk menciptakan perbedaan diperbolehkan, asalkan masih dijalan atau garis-garis aturan syariah Islam. Sebagaimana Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman dalam surah An-Nisa (04): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa (04): 29)

Ayat di atas dengan tegas menjelaskan bahwa sesama manusia memang akan terjadi pertukaran harta (uang dan jasa). Allah menggariskan proses pertukaran itu, yang kita maknai sebagai kegiatan bisnis tidak

¹³Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1997), h.102

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan secara batil, tetapi harus melewati perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara pelakunya, kitab suci Al-Qur'an yang berisi tuntunan hidup yang lengkap berisi pula petunjuk-petunjuk berkaitan masalah ekonomi dan bisnis.¹⁴ Dalam teori diferensiasi maka perbedaan produk bukan berarti untuk saling menzalami. Namun, agar adanya ciri khas dan bisa bersaing secara sehat.

Salah satu usaha batik yang sudah terkenal dan tetap eksis sampai sekarang adalah *Batik Melayu Riau Semat Tembaga* yang beralamat di Jalan Kuantan No.42, Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru. Produk pemesanan yang dijual adalah berbentuk batik dengan berbagai corak. Ada beberapa kendala yang dihadapi diantaranya yaitu bahan baku yang terkadang kurang dan lama dalam pemesanannya. Maka solusi yang dilaksanakan adalah dengan strategi diferensiasi produk yang efektif dapat meningkatkan harga penjualan produk perusahaan secara keseluruhan. Selain itu pula diperlukan strategi-strategi persaingan yang tangguh, mengingat persaingan yang terjadi secara otomatis akan mempengaruhi penjualan Batik Melayu Riau Semat Tembaga. Diferensiasi produk pada Batik Melayu Semat Tembaga banyak diferensiasinya mulai dari bentuk, fitur, kinerja, kesesuaian, hingga daya tahan danyang lainnya.

Berdasarkan wawancara awal dengan pemilik usaha bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga. Salah satu strategi diferensiasi yang dilakukan oleh bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga. Berdasarkan hasil jumlah

¹⁴Faturrahman Djamil, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta:Granada Press, 200), h. 47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produksi kain batik, maka perusahaan mendapatkan omset dari tahun ke tahun data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Omset Usaha Batik Semat Tembaga

No	Tahun	Omset
1	2014	Rp. 65.000.000/tahun
2	2015	Rp. 67.000.000/ tahun
3	2016	Rp. 110.000.000/ tahun
4	2017	Rp. 95.000.000/Tahun

Sumber : Data 2014- 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat bahwa jumlah omset pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga tahun 2014 sebanyak 65.000.000, sedangkan pada tahun 2015 mengalami peningkatan sebanyak 67.000.000, kemudian pada tahun 2016 omset pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga mengalami kenaikan yang signifikan mencapai omset 110.000.000, Namun pada tahun 2017 omset mengalami penurunan menjadi 95.000.000. dari data tersebut maka bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga terus melakukan kebijakan-kebijakan diferensiasi untuk bertahan dalam pasar produk sejenis, kemudian dari hasil produksi perusahaan bisa mempengaruhi jumlah pelanggan.

Untuk melihat hal yang membedakan produk pola batik pada usaha Batik Semat Tembaga dengan usaha batik lain, salah satunya Galeri Batik Riau Rani yang sudah mendapat izin dari Dinas Pariwisata yang beralamat di Jalan Hang Tuah No.70 B Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.2
Perbedaan Diferensiasi produk Pola Batik

No	Pola Batik Semat Tembaga	Pola Batik Galeri Riau Rani
1	Pola Tabir (pengantin)	Pola Kuntum Bersanding (bunga)
2	Pola soso(bungan dan binantang)	Pola mekar melambai (bunga)
3	Pola Tabur (bebas)	Pola batik tabir (pengantin)
4	Pola Gelombang (pulau,laut, sungai)	Pucuk rebung (bunga)
5	Pola selat (selat panjang, siput,kerang)	Pola mekar Tajuk bersusun(bunga)

Sumber : Data 2018

Tabel di atas menjelaskan bahwa ada lima ciri khas batik yang dimiliki masing-masing usaha batik namun batik Galeri Riau Rani hanya identik dengan *pola tumbuhan*. Namun, jika dilihat dari usaha Batik Semat Tembaga perbedaannya terletak salah satunya dari segi pola produknya yang terdiri dari: *tumbuhan, hewan dan alam*.

Berdasarkan wawancara awal kepada pihak pemilik batik ia mengatakan bahwa batik bisa dipesan dan dibuat oleh pembeli sendiri dengan cara memilih desainnya dan memilih warna sesuai keinginan pembeli, sehingga diberikan kebebasan untuk belajar membatik hasil karya sendiri. Penjualan batik ini sudah sampai ke negara tetangga, Malaysia, Singapura, bahkan Jepang. Keunikan dari kemasan batik juga menarik konsumen karena dikemas dengan plastik yang anti air yang juga produksi dari usaha batik itu sendiri, serta para karyawan juga mahir bahasa asing sehingga sering dikunjungi oleh para turis.¹⁵

¹⁵ Encik Amrun Salmon, Pemilik Usaha Batik Melayu Riau Semat Tembaga, wawancara, 27 Januari 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari segi harga usaha batik semat riau berkisaran Rp. 45.000 sampai Rp.10.000.000 dan dibandingkan usaha batik Rani Riau berkisar dari harga Rp. 50.0000 sampai Rp. 6.000.000.¹⁶ Ini menunjukkan bahwa usaha Batik Semat Tembaga harganya juga tinggi. Sehingga perlu adanya *diferensiasi* (keunikan yang dimiliki) agar tetap eksis dengan para pesaing yang ada.

Namun fenomena dan realita yang kita lihat banyaknya produk-produk sejenis yang beredar dipasaran khususnya di kota Pekanbaru, menyebabkan persaingan dalam merebut pasar. Dikarenakan hal tersebut bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga harus berupaya dengan berbagai cara serta melakukan strategi-strategi agar produknya *terdiferensiasi* untuk merebut pasar, mempertahankan produknya dari pesaing industri yang lain dan menjadikan peningkatan pendapatan pada usaha yang dijalannya.

Dari paparan di atas, penulis tertarik meneliti mengenai strategi diferensiasi penjualan yang dilakukan oleh bisnis Batik Melayu Riau dengan judul: “Analisis Strategi *Diferensias* Produk Pada Bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga Prespektif Ekonomi Islam”

Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini tidak terlalu luas dan mudah dipahami. Dalam penulis membatasi tulisan ini yaitu hanya membatasi tentang Strategi *Diferensiasi* Produk pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga prespektif Ekonomi Islam.

¹⁶ Ides, Karyawan Batik Galeri Riau Rani, Wawancara, 12 April 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan batasan masalah diatas maka ada beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam data ini, yaitu:

1. Bagaimana strategi *diferensiasi* produk pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga ?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam strategi *diferensiasi* produk Batik Melayu Riau Semat Tembaga ?
3. Bagaimanakah tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi *diferensiasi* produk pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga ?

D. Tinjauan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi *diferensiasi* produk pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga
- b. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mendukung dan menghambat dalam strategi *diferensiasi* produk bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga.
- c. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi *diferensiasi* produk pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga.

2. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Pihak Akademisi: penelitian ini kiranya dapat memberikan sumbangan bagi dunia akedemisi dalam melakukan kajian-kajian yang berkaitan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan strategi *diferensiasi* produk dan juga bisa dijadikan sebagai bahan rujukan/referensi untuk penelitian yang sejenis selanjutnya .

- b. Pihak praktisi atau pengelola Batik Melayu Riau Semat Tembaga, hasil penelitian ini kiranya bisa menjadi satu rujukan untuk menelaah kembali kajian tentang strategi *diferensiasi* produk yang bisa meningkatkan penjualan dan produksi.
- c. Penulis: Penelitian ini berguna sebagai wadah untuk mengaktualisasi kemampuan dan pengetahuan yang didapat selama mengikuti perkuliahan pada program Studi Ekonomi Syariah.
- d. Pihak Pemerintah dapat menjadikan sebuah aturan yang bisa dijadikan Peraturan Perundang-Undang Untuk Kota Pekanbaru demi menyokong Visi dan Misi Kota Pekanbaru.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga di Jalan Kuantan No.42, Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru. Karena lokasi ini strategis untuk diteliti berada di tengah keramaian Kota Pekanbaru, sudah memenuhi syarat untuk diteliti karena sudah berdiri lebih dari dua tahun.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.¹⁷ Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen pembeli dan pemesan batik semat riau
- b. Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.¹⁸ Sebagai objek dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi diferensiasi produk pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 1 pemilik dan 10 karyawan diambil sampel sebanyak 4 orang dengan metode *purposive sampling*, yaitu pihak yang paham dengan penelitian. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan alasan tertentu seperti pihak yang terkait.¹⁹ Dan pembeli yang tidak diketahui jumlahnya maka diambil sampel dengan kuota diambil 40 orang dalam waktu 5 bulan dengan metode *accidental sampling*.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh dari observasi, wawancara kepada pihak Batik Melayu Riau Semat Tembaga.

¹⁷Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h. 34

¹⁸*Ibid*,h.35

¹⁹ Asep Hemawan, *Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Grasindo, 2010), h.156

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak yang terkait seperti pemilik dan karyawan Batik Melayu Riau Semat Tembaga dalam bentuk dokumen atau profil perusahaan.

5. Metode Pengumpulan Data

Teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Observasi yaitu mengumpulkan data atau menjangkau data dengan melakukan pengamatan terhadap subyek atau obyek penelitian secara seksama dan sistematis.²⁰ Observasi merupakan metode mengumpulkan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung dilapangan pada Batik Melayu Riau Semat Tembaga.
- b. Wawancara atau *interview* yaitu metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya yakni dengan mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan.²¹ Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan proses tanya jawab langsung kepada pimpinan, karyawan bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga.
- c. Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon atau responden sesuai dengan permintaan

²⁰Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005),

²¹ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengguna. Daftar pertanyaan ini langsung dilakukan kepada konsumen Batik Melayu Riau Semat Tembaga dalam waktu 5 bulan.

- d. Dokumentasi yaitu penelitian yang menggunakan barang-barang tertulis sebagai sumber data, foto dan buku panduan.

6. Analisis Data

Setelah data dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisa dengan analisis *Deskriptif kualitatif* yaitu setelah semua data berhasil penulis kumpulkan, maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.

7. Metode Penulisan

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya penulis menyusun data tersebut dengan menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Deduktif, yaitu uraian yang diambil dengan menggunakan kaedah-kaedah umum dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus
- b. Induktif, yaitu menungkapkan serta mengetengahkan data khusus kemudian data tersebut diinterpretasikan sehingga dapat ditarik kesimpulan secara umum
- c. Deskriptif, yaitu menggunakan uraian atas fakta yang diambil dengan apa adanya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Indikator Penelitian

Adapun indikator dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Diferensiasi Produk adalah Strategi diferensiasi produk adalah suatu cara yang digunakan untuk menciptakan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen	1. Bentuk (<i>form</i>) 2. Fitur (<i>feature</i>) 3. Kualitas kinerja (<i>performance quality</i>) 4. Kesesuaian (<i>conformance quality</i>) 5. Daya tahan (<i>durability</i>) 6. Keandalan (<i>Reliability</i>) 7. Mudah diperbaiki (<i>repairability</i>) 8. Gaya (<i>style</i>) dan 9. Rancangan (<i>design</i>) ²²

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan suatu kesatuan alur pemikiran dan menggambarkan proses penelitian, adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Index, 2009), h.3589



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini akan membahas tentang Profil bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga.

BAB III

Tinjauan Umum Tentang Strategi Diferensiasi Produk

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan tentang teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, strategi, Diferensiasi, produk, dan tinjauan ekonomi islam tentang strategi diferensiasi produk.

BAB IV

Hasil penelitian yang membahas tentang

Strategi Diferensiasi produk pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga, faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran produk bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga, tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi Diferensiasi produk pada bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga.

BAB V

Kesimpulan dan saran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA

A Sejarah Batik Riau Semat Tembaga

Batik Melayu Riau Semat Tembaga ini berdiri sejak tahun 2005 tepatnya adalah 13 tahun. Pencipta batik ini adalah H. Encik Amrun Salmon. Encik Amrun Salmon putra kelahiran siak yang mengenyam pendidikan di ISI Yogyakarta merupakan pencipta batik riau. Kala itu H. Encik Amrun Salmon merupakan pengurus Dekranasda Provinsi Riau melakukan percobaan pembuatan batik, dibuatlah percobaan demi percobaan yang akhirnya dapat menghasilkan suatu pola baru dengan membuat batik tulis/coret berpola. Dari motif-motif yang ada ini pula dikembangkan menjadi sebuah motif yang baru yang diberi nama sesuai nama aslinya.

Dari pengembangan motif tradisional yang ada diciptakan motif baru yang tak lari dari akarnya, yaitu antara lain : Bungo Kesumbo, bunga tanjung, bunga cempaka, bunga matahari, kaluk berlapis ini merupakan pola awal dan kemudian diikuti dengan perubahan pola yang lebih unik seperti pola tabir, pola soso, pola tabur, pola gelombang, dan pola selat dan lain-lain. Batik riau ini tumbuh berkembang dan diberi nama "*batik tabir*".²³

Hingga saat ini Encik Amrun Salmon telah menciptakan empat motif seperti motif tabir, sosou, tabur dan gelombang. Menurut H. Encik Amrun

²³ Encik Amrun Salmon, Pemilik Usaha Batik Melayu Riau Semat Tembaga, wawancara, 17 Juni 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salmon batik merupakan aktivitas memberi warna dan motif pada suatu bidang yang dibatasi dengan lilin. Namun kini batik tersebut telah dimodifikasi dan dikembangkan dengan berbagai motif dan corak diluar pakem atau motif standarnya yang bisa digunakan para pengerajin batik di jawa. Batik riau merupakan salah satu pengembangannya, batik riau memiliki warna, rasi, ragam corak dan motif dengan sentuhan melayu yang dikembangkan melalui tekat.

H. Encik Amrun Salmon terinspirasi membuat batik adalah ketika ia melihat pameran kain tenun beliau berfikir bahwa bagaimana caranya agar kain bisa digunakan dengan nyaman, menarik dan melestarikan budaya lokal, maka beliau menciptakan batik dengan corak melayu riau. Batik itu bukan sekedar motif, batik secara akademis adalah cara atau teknik, membatasi suatu bidang kain dengan menggunakan lilin menurut bahasa jawa namanya (malam).²⁴

Lokasi pelaksanaan kegiatan membatik dilaksanakan dikelurahan tanjung rhu kecamatan lima puluh kota pekanbaru tepatnya digerei Batik Melayu Riau Semat Tembaga pada jalan kuantan V11 pekanbaru. RT 005/RW 004. Memiliki 15 pekerja/ pengerajin batik (Ibu Panca, ibu ides, ibu hany, ibu dwi, ibu tara, ibu kartika, ibu nur, ibu firda , Ibu Wanti, Ibu Epi, Ibu Anis, Ibu Suryani, Ibu Narmi,pak sutomo, dan andra). Para pekerja memiliki umur

²⁴ Encik Amrun Salmon, Pemilik Usaha Batik Melayu Riau Semat Tembaga, Wawancara, 17 Juni 2018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produktif yaitu antara 17- 35 tahun sebelum mulai bekerja diberikan pelatihan atau bisa meihatkan sertifikat keahlian.²⁵

Visi dan Misi

Visi: Terwujudnya kelurahan tanjung Rhu yang bersih, aman, dan sejahtera.

Misi :

1. Melaksanakan tata kelola yang pemerintah yang baik
2. Mewujudkan aparat yang berakhlak mulia dan berbudi luhur
3. Memberdayakan masyarakat yang sesuai dengan potensi yang dimiliki wilayah masing-masing secara gotong royong dan rasa saling memiliki
4. Terciptanya lingkungan sehat diseluruh wilayah kelurahan Tanjung Rhu
5. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pembangunan dan pemberdayaan potensi masyarakat.

²⁵ Firda, Karyawan Usaha Batik Melayu Riau Semat Tembaga, *Wawancara*, 17 Juni 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi secara *Etimologi* berasal dari kata Yunani *Strategeia* (*stratus*= militer dan *ag*=memimpin) yang artinya seni ilmu untuk menjadi seorang jendral.²⁶ Atau kata strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategos*, yang berarti jendral, dan gabungan kata *stratos* (tentara) dan *ago* (pemimpin).²⁷

Sedangkan menurut *Terminologi* strategi adalah cara lengkap untuk mencapai tujuan sebuah organisasi.²⁸ Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia Strategi merupakan Ilmu merencanakan dan mengarahkan sesuatu.²⁹

Sedangkan menurut beberapa ahli diantaranya menurut Webster's New Dictionary, strategi adalah ilmu untuk merencanakan dan mengarahkan operasi-operasi militer berkala besar, menggerakkan pasukan ke posisi yang paling menguntungkan sebelum pertempuran sebenarnya dengan musuh, Sehingga penggunaan istilah strategi lebih dominan dalam situasi peperangan, sebagai tugas seorang komandan

²⁶ Irene Diana Sari Wijayanti, *Manajemen*, (Jogjakarta: Mitra Cendikia Press, 2008), h.

²⁷ Fred R. David, *Manajemen Strategi*, Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), Edisi 9, h. 34

²⁸ Griffin, *Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2004), h.249

²⁹ Suharso, *Kamus Besar Lengkap Bahasa Indonesia*, (Semarang: Widya Karya, 2007),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam menghadapi musuh, bertanggung jawab mengatur cara atau taktik untuk memenangkan peperangan.³⁰

Memang sangat jelas pengertian tentang strategi diatas, namun perlu dispesifikasikan dan dirumuskan tentang pengertian strategi yang mengarah kebidang bisnis, berikut ini beberapa pengertian strategi dibidang bisnis/non bisnis:

- a. Strategi merupakan suatu upaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat tercapai dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki oleh suatu lembaga/perusahaan disamping itu diusahakan pula untuk selalu mengatasi kesulitan-kesulitan serta tantangan yang ada.
- b. Strategi merupakan seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan kompetitif yang diharapkan.³¹
- c. Strategi merupakan alat untuk mencapai perubahan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

³⁰ Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi, Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003), h. 147

³¹ Blocher, dkk, *Manajemen Biaya*, Terjemahan A. Susty Ambarriani, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Diferensiasi

1. Pengertian Diferensiasi

Kata *diferensiasi* secara *Etimologi* berasal dari Kamus Bahasa Inggris yang berasal dari kata “*differ*” berbeda, *difference - differentiation*”(diferensiasi) yang berarti perbedaan.³²

Diferensiasi menurut Kamus Marketing adalah usaha untuk menyediakan produk dengan masalah tertentu, agar produk itu dapat ditingkatkan penjualannya dengan merek yang unik di pangsa-pangsa pasar yang dianggap akan menarik banyak pembeli karena tersedia dimana pun ditempat lain.³³

2. Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi yang sukses haruslah strategi yang mampu:

- a. Menghasilkan nilai pelanggan.
- b. Memunculkan persepsi yang bernilai khas dan baik.
- c. Tampil sebagai wujud berbeda yang sulit untuk ditiru.³⁴

Salah satu tujuan utama strategi diferensiasi adalah untuk mendapat keunggulan bersaing dari pesaing lainnya. Persaingan dalam bisnis terjadi karena satu atau lebih perusahaan pesaing merasakan adanya tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisinya.³⁵ Perusahaan

³² John M.Echols, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta: PT/Gramedia Pustaka, 2000), h.81

³³ Norman A.Hart, *Kamus Marketing*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.67

³⁴ Ferdinand, *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik Research Paper Series*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2003), h. 87.

³⁵ Daft, L, Richard, *Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), h. 376.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat melakukan diferensiasi dengan cara mengenali sumber keunggulan kompetitif yang mungkin ada, memiliki ciri pembeda utama yang dimiliki perusahaan, memilih penentu posisi yang efektif di pasar. Dengan cara-cara tersebut, khususnya perusahaan jasa dapat mendiferensiasikan penawaran yang diberikan kepada pasar dari tiga segi yaitu:

- a. Diferensiasi Produk.
- b. Diferensiasi Penjualan.
- c. Diferensiasi Pelayanan.

Pada prinsipnya strategi diferensiasi adalah mengambil pelanggan sebagai titik perhatian utama. Strategi ini membangun persepsi pembeli di atas keunggulan kualitas, desain produk, teknologi, citra, berat bahan dan pelayanan. Perusahaan dapat menaikkan harga setinggi mungkin untuk mendapat keuntungan yang lebih besar, tetapi harus dapat menciptakan produk bagi konsumen yang tampak berbeda ketimbang produk yang sudah ada, sehingga tampak unik. Perbedaan inilah yang nanti dibayar mahal dan menjadi persepsi bagi pembeli. Menurunkan harganya, maka hal itu justru akan membuat konsumen meragukan mutu produk yang bersangkutan.³⁶

Agar perencanaan berhasil, perusahaan harus mencari keunggulan diferensiasi relatif terhadap pesaing ketika menganalisis kekuatan internal dan eksternal peluang pasar. Keunggulan diferensiasi adalah salah satu

³⁶Philip Kotler, A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 18.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aspek unik dalam suatu organisasi yang mempengaruhi target konsumen menjadi pelanggan setia perusahaan dibandingkan pesaing lainnya.

Jumlah peluang diferensiasi berbeda-beda untuk tiap jenis industri. Boston Consulting Group membagi empat jenis industri berdasarkan jumlah ketersediaan keunggulan dan ukurannya. Keempat jenis industri tersebut adalah:

- a. Industri volume adalah industri dimana perusahaan-perusahaan di dalamnya
- b. Hanya dapat memperoleh sedikit keunggulan kompetitif tetapi berukuran cukup besar.
- c. Industri mati langka adalah industri yang di dalamnya hanya terdapat sedikit potensi keunggulan kompetitif dan masing-masing berukuran kecil.
- d. Industri terfragmentasi adalah industri dimana di dalamnya memiliki banyak peluang untuk didiferensiasi, tetapi tiap peluang memiliki keunggulan kompetitif yang kecil.
- e. Industri terspesialisasi adalah industri dimana perusahaan di dalamnya memiliki banyak peluang diferensiasi, dan tiap diferensiasi dapat menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.

Produk

1. Pengertian Produk

Produk secara *etimologi* berasal dari kata *product* yang berarti hasil, sedangkan secara *Terminologi* Produk adalah suatu sifat yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kompleks, baik yang dapat diraba maupun yang tidak dapat diraba, termasuk kemasan, harga, prestide perusahaan, dan pelayanan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya.³⁷

Setiap apa saja yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapat perhatian, permintaan, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran (*marketing*). Semua kegiatan pemasaran lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Satu hal yang perlu diingat ialah bagaimanapun hebatnya usaha promosi, distribusi, dan harga yang baik tidak diikuti oleh produk yang bermutu dan disenangi oleh konsumen maka kegiatan pemasaran tidak akan berhasil. Oleh sebab itu perlu diteliti produk apa yang anda pasarkan bagaimana selera konsumen masa kini perlu mendapat perhatian serius.³⁸

Produk identik dengan barang, dalam akuntansi barang adalah objek fisik yang tersedia di pasar. Sedangkan produk yang tidak berwujud disebut jasa. Dalam manajemen produk, identifikasi produk adalah barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Kata produk digunakan bagi tenaga pemasaran, manajer, dan bagian penngendalian kualitas.

2. Klasifikasi Produk

Produk mencakup objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide. Pengembangan sebuah produk mengharuskan

³⁷ Arif Rahman, *Strategi Dahsyat Marketing Mix*, (Jakarta: Trans Media, 2010), h.9

³⁸ Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2010), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan diberikan oleh produk itu. Manfaat-manfaat ini dikomunikasikan dan hendaknya di penuhi oleh atribut produk barang misalnya dalam bentuk atau seperti mutu, ciri dan desain.

Dari sisi pengertian klasifikasi produk dibagi atas tiga kategori:

a. Produk inti

Merupakan produk sesungguhnya yang harus dibeli konsumen karena memiliki manfaat yang sebenarnya

b. Produk berwujud

Produk yang ditawarkan secara nyata dan lengkap kepada konsumen yang terdiri dari pembungkus, merek, mutu corak dan ciri khas dari produk yang ditawarkan

c. Produk tambahan

Produk yang ditawarkan yang mencakupi keseluruhan manfaat yang diterima atau dinikmati oleh pembeli.

Strategi Diferensiasi Produk

Strategi diferensiasi produk adalah suatu cara yang digunakan untuk menciptakan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen.³⁹

Diferensiasi produk adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghasilkan dan memasarkan produk yang berbeda dari tawaran pesaing.

³⁹ Griffin, Customer Loyalty: *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga, 2003), h.357

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perbedaan yang diciptakan mempunyai keunggulan nilai dan manfaat lebih untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Kotler indikator dalam diferensiasi produk anatar lain:⁴⁰

1. Bentuk (*form*)

Produk dapat dideferensiasikan berdasarkan bentuk atau ukuran, model atau struktur fisik produk

2. Fitur (*feature*)

Produk yang ditawarkan mempunyai fitur atau keistimewaan yang berbeda-beda dan melengkapi fungsi dasar produk. Upaya untuk menjadi yang pertama dalam mengenalkan fitur baru yang dianggap berharga merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk bersaing.

3. Kualitas kinerja (*performance quality*)

Kinerja produk dapat diartikan sebagai level karakteristik dasar produk. Semakin bermutu produk maka semakin tinggi level karakteristiknya. kinerja produk yang lebih unggul memberikan dampak pembelian ulang yang lebih banyak, kesetian pelanggan, dan kesan yang positif dari pelanggan.

4. Kesesuaian (*conformance quality*)

Pembeli mengharapkan produk memiliki mutu kesesuaian dengan standar atau spesifikasi yang tinggi. Mutu kesesuaian adalah tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan.

⁴⁰ M. Arif Hakim, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol.5 No.2 Des 2017, h. 388

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Daya tahan (*durability*)

Pembeli mengharapkan beberapa produk mempunyai daya tahan yang normal dan atau berat. Produk yang mempunyai keunggulan pada daya tahan akan lebih menarik perhatian pelanggan untuk membayar lebih pada produk yang diharapkan.

6. Keandalan (*Reliability*)

Pembeli juga akan membayar lebih untuk mendapatkan produk yang mempunyai keandalan. Keandalan adalah ukuran probabilitas. Bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam periode waktu tertentu.

7. Mudah diperbaiki (*repairability*)

Pembeli memilih produk yang mudah diperbaiki, yaitu ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika rusak atau gagal. Pelanggan tertarik pada jenis produk yang mudah diperbaiki juga karena alasan efisiensi waktu dan biaya apabila bisa diperbaiki sendiri.

8. Gaya (*style*) dan

Mengambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk bagi pembeli. Gaya memberikan pengaruh pada pelanggan dengan menampilkan keunikan dan *performance* pada produk untuk menarik minat beli pelanggan.

9. Rancangan (*design*)

Rancangan menjadi salah satu potensi cara yang paling ampuh untuk mendiferensiasikan dan memposisikan produk dan jasa perusahaan.

Bisnis

Kata bisnis secara *Etimologi* berasal dari bahasa Inggris *Business* (*plural businesses*) mengandung sejumlah arti usaha komersil yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyangkut soal penukaran uang bagi produsen dan distributor (*goods*) atau bidang jasa (*Servic*).

Secara *Terminologi* bisnis dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas dari berbagai transaksi yang dilakukan manusia guna menghasilkan keuntungan, baik berupa barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sehari-hari.⁴¹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikannya sebagai usaha dagang, usaha komersil dalam dunia perdagangan, bidang usaha.⁴²

Menurut Steinhoff bisnis adalah sebuah kegiatan aktivitas yang menyediakan barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen, dapat dilakukan oleh organisasi, perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki hukum maupun badan usaha seperti pedagang kaki lima, yang tidak memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Serta Usaha Informal lainnya.⁴³

Istilah bisnis dalam Al-Qur'an dipadankan dengan istilah perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa. Di dalam terjemahan Al-Qur'an kata perdagangan atau perniagaan digunakan kata *tijarah* yang merupakan masdar dari kata kerja yang bermakna menjual.⁴⁴

⁴¹ A. Kadir Natadiwirjaya, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Granada Press, 2007), h. 19

⁴² Suharso. Loc-cit, h. 38

⁴³ Ismail Silihin, *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 3

⁴⁴ Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Granada Press, 2007), h. 40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam surah Al-Baqarah (2): 16

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبَّحَتْ تِجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk. (QS. Al-Baqarah (2): 16)

Dari beberapa pengertian bisnis dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan manusia demi mencapai keuntungan.

F. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Diferensiasi Produk

Diferensiasi adalah suatu cara dalam pemasaran yaitu dengan cara memberikan nilai beda dengan produk lain. Adapun karakteristik pemasaran syariah dalam teori ekonomi Islam adalah:

1. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang marketer syariah meyakini bahwa hukum-hukum syariah yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah, aktivitas dan kegiatan yang dilakukan harus menginduk kepada syariat Islam. Pemasaran syariah meyakini bahwa hukum-hukum ketuhanan ini adalah hukum yang paling ideal, paling sempurna, paling tepat untuk segala bentuk kebaikan serta paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seorang pemasar syariah walaupun ia tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia akan mampu untuk menghindari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain akan tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Sebab seorang pemasar syariah akan selalu meraskan bahwa setiap perbuatan yang dilakukan akan di hisab dan dimintai pertanggung jawabannya kelak pada hari kiamat.⁴⁵

Dengan konsep ini seorang pemasar syariah akan sangat berhati harti dalam perilaku pemasarannya dan berusaha untuk tidak merugikan konsumennya. Apabila seorang pemasar s.yariah hanya berorientasi pada keuntungan, maka ia dapat merugikan konsumen dengan memberikan janji palsu. Namun seorang pemasar syariah memiliki orientasi masalah, sehingga tidak hanya keuntungan namun diimbangi pula dengan keberkahan.

2. Etis (*akhlaqiyah*)

Keistimewaan yang lain dari syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karna hal ini bersifat universal.

Seorang pemasar syariah harus menjunjung tinggi etika dalam melakukan aktivitas pemasarannya salah satunya dengan tidak

⁴⁵ Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, (Jakarta: Mizan, 2005), h. 22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan janji manis yang tidak benar serta selalu mengedepankan kejujuran dalam menjelaskan kualitas produk yang ditawarkan, karna ketika hilangnya etika dalam bisnis akan menyebabkan kehancuran kepada seluruh pihak terkait.⁴⁶

3. Realistis (*al-waqi'yyah*)

Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel, syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala Arab, namun syariah marketer haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi dan bersahaja apapun model atau gaya pakain yang dikenakan

4. *Humanistis*

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistik universal. Pengertian humanistik adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariat Islam adalah syariat humanistik, diciptakan untuk manusia sesuai kapasitasnya tanpa mempedulikan ras, warna kulit, Kebangsaan dan status. Sehingga syariah marketing bersifat universal.

Al- Qur'an menekankan sebuah bisnis yang kecil lewat jalan halal, jauh lebih baik dari bisnis besar yang dilakukan dengan cara haram dan *khabits* (jelek). Allah berfirman di dalam Al-Qur'an QS. An-Nisa' (4): 29, yang berbunyi:

⁴⁶ *Ibid*, h.22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٨﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dalam teori Ekonomi Islam, nilai-nilai yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya antara lain:⁴⁷

1. Tauhid

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah” dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain dari pada Allah”. Karena Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya. Dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.

Dalam Islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakan manusia adalah untuk beribadah kepada-Nya. Karena segala aktifitas manusia dalam hubungan

⁴⁷ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013) Cet. Ke-2.h.25-26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan alam dan Sumber Daya Manusia (*mua'mulah*) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah.

2. Keseimbangan ('*Adl*)

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil. Dia tidak membedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat dari padanya secara adil dan baik, sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al- Hujarat (49): 13

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاۤىِٕلَ لِتَعَارَفُوْۤا ۚ اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ عَلِيْمٌ خَبِيْرٌ ﴿١٣﴾

Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling taqwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal. (QS. Al-Hujarat (49): 13)

Implikasi Ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku Ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain.

3. Nubuwwah

Karena rahman, rahim dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak dibiarkan begitu saja didunia tanpa mendapat bimbingan. Karena itu diutuslah para Nabi dan Rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar. fungsi Rasul adalah untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan didunia dan akhirat. Sebagaimana firman Allah Subhanahu wa ta'ala dalam Surat Al-Ahzab (33): 21.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ
كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah. (QS. Al-Ahzab (33): 21)

4. Khalifah

Status khallifah atau pengemban amanat Allah itu berlaku umum bagi semua manusia, tidak ada hak istimewa bagi individu atau bangsa tertentu sejauh berkaitan dengan tugas kekhalifaan itu. Sebagaimana firman Allah Subhanahu wa ta'ala dalam Surat Al- Baqarah (2): 30.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّیْ جَاعِلٌ فِی الْاَرْضِ خَلِیْفَةً ۚ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِیْهَا مَن یُّفْسِدُ فِیْهَا وَیَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَیَخَنُ نُسُبَہٗ بِحَمْدِكَ وَتُقَدِّسُ لَّكَ ۗ قَالَ اِنِّیْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿٣٠﴾

Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui. (QS. Al-Baqarah (2): 30)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. *Ma'ad*

Secara harfiah *ma'ad* diartikan “kembali”. Karena itu semua akan kembali kepada Allah. Hidup manusia bukan hanya didunia, tetapi terus berlanjut hingga alam akhirat. Sebagaimana firman Allah Subhanahu wa ta'ala dalam Surat Al-‘Alaq (96): 8

إِنَّا إِلَىٰ رَبِّكَ أَلْجَعِي

Sesungguhnya hanya kepada Tuhan mulah kembali (mu). (QS. Al-‘Alaq (96): 8)

Ayat di atas menjelaskan bahwa dunia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal saleh). Namun demikian, akhirat lebih baik dari pada dunia. Oleh karena itu Allah melarang untuk terkait pada dunia, sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.

Ada empat sifat Nabi Muhammad Shallallahu'alaihi wa sallam dalam mengelola bisnis yang menjadi *Key Succes Factors (KSF)* yaitu disingkat dengan SAFT :⁴⁸

1. *Shiddiq* (benar dan jujur)

Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran islam. Dalam dunia bisnis, kejujuran bisa juga ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan, baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan. oleh karna itulah, Allah SWT memerintahkan orang-orang beriman untuk senantiasa memiliki sifat

⁴⁸ Hermawan Kartajaya. *Loc.it* h. 120-135

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Shiddiq. Allah Subhanahu wa ta'ala berfirman dalam Surat At-Taubah (9):119

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَكُوْنُوْا مَعَ الصّٰدِقِيْنَ ﴿١١٩﴾

Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar. (QS. At-Taubah (9): 119)

2. *Amanah* (terpercaya, kredibel)

Amanah berarti dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan *kredibel*.

Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban, amanah ditampilkan dalam keterbukaan, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang terbaik) dalam segala hal. Sebagaimana firman Allah Subhanahu wa ta'ala dalam Surat An-Nisa'(4): 58

اِنَّ اللّٰهَ يٰۤاْمُرُكُمْ اَنْ تُوْدُوْا اِلَآءَ مَنْتَ اِلَىٰ اَهْلِهَا وَاِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ اَنْ تَحْكُمُوْا بِالْعَدْلِ اِنَّ اللّٰهَ نِعْمَ يٰۤعِظُكُمْ بِهٖۤ ۤاِنَّ اللّٰهَ كَانَ سَمِيْعًا بَصِيْرًا ﴿٥٨﴾

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat. (QS. An-Nisa'(4): 58)

3. *Fathanah* (cerdas)

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdasan atau bijaksana. Dalam dunia bisnis bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan dan bijaksana agar usaha bisa lebih efektif dan efisiensi serta mampu menganalisa situasi persaingan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perubahan dimasa yang akan datang. Kecerdasan disini yaitu kecerdasan dalam bentuk spiritual . sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Surat Ar-Ra'd (13): 3

وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ جَعَلَ فِيهَا زَوْجَيْنِ
أَثْنَيْنِ يَغْشَى اللَّيْلَ النَّهَارَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٣﴾

Dan Dia-lah Tuhan yang membentangkan bumi dan menjadikan gunung-gunung dan sungai-sungai padanya. Dan menjadikan padanya semua buah-buahan berpasang-pasangan, Allah menutupkan malam kepada siang. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang memikirkan. (QS. Ar-Ra'd (13): 3)

4. *Thabligh* (komunikatif)

Sifat *Thabligh* artinya komunikatif dan argumentatif, dalam dunia bisnis orang yang memiliki sifat *thabligh*, akan menyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat. Dalam melayani seorang karyawan dituntut untuk bisa menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan berbicara secara komunikatif dan benar. Sebagaimana Allah berfirman dalam Surat Al-Ahzab (33): 70-71

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ
ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٧١﴾

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar. (QS. Al-Ahzab (33): 70-71)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. maka penulis dapat mengambil kesimpulan :

1. Adapun *strategi diferensiasi* Produk Pada Bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga menggunakan *strategi difrensiasi* produk mencakup bentuk, fitur, kualitas barang, kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya dan rancangan semua dijalankan namun untuk keunikan lebih fokus kepada rancangan yang mengikuti zaman sesuai dengan umur agar diminati oleh kalangan anak muda dan dari tanggapan responden persentase tertinggi adalah tanggapan tentang indikator rancangan yang unik sebesar 39 orang atau 97,5%, namun untuk tanggapan bahwa tidak adanya garansi 32 orang atau 80 %.
2. Adapun faktor pendukung dan penghambat diantaranya: kemajuan teknologi, tenaga kerja produktif yang banyak yang sudah memiliki skil dalam bidang membatik, adanya kerjasama dengan Dinas Pariwisata. Dan faktor penghambat: Masih kurangnya minat membatik, kesulitan dalam bahan baku.
3. Tinjauan Ekonomi Islam dalam strategi diferensiasi batik semat tembaga yaitu: bahan baku yang digunakan aman dan halal, dan kualitas produk juga bagus tidak merugikan salah satu pihak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan beberapa saran, yaitu :

1. Pemilik usaha batik semat tembaga: tetap mempertahankan produk yang sudah bagus, dan lebih meingkatkan skil dengan corak batik yang berbeda dengan usaha lain. Lebih kreatif agar bisa bersaing di pangsa pasar dan adanya jaminan atau garansi yang membuat para pelanngan merasa aman.
2. Bagi Mahasiswa: Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis sendiri juga bagi pembaca dalam menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, di jadikan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010)
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013)
- Asep Hemawan, *Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Grasindo, 2010)
- Arif Rahman, *Strategi Dahsyat marketing Mix*, (Jakarta: Trans Media, 2010)
- Blocher, dkk, *Manajemen Biaya*, Terjemahan A. Susty Ambarriani, (Jakarta: Salemba Empat, 2000)
- Burhanuddin Abdullah, *Ekonomi Islam*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008)
- Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Didin Hafidhuiddin, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2003)
- David J Hunger dan Thomas Wheleen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi, 2003)
- Daft L, Richard, *Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003)
- Faturrahman Djamil, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta:Granada Press, 200)
- Andy Tjiptono dan Gregorius Chandra, Servic, *Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2011)
- Ed R. David, *Manajemen Strategi*, Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004)
- Fista Artmanda W, *Kamus Besar Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jombang: Lintas Media, 2006)
- Ferdinand, *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Stratejik Research Paper Series*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2003)
- Griffin, *Customer Loyalty: menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2003)
- Griffin, *Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2004)
- Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi, Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ima Nilasari, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006)
- Irene Diana Sari Wijayanti, *Manajemen*, (Jogjakarta: Mitra Cendkia Press, 2008)
- Ismail Silihin, *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)
- John M.Echols, *Kamus Inggris- Indonesia*, (Jakarta: PT/Gramedia Pustaka, 2000)
- Muhammad Syafi, Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta:Guna Insani, 2005)
- M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007)
- Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, (Jakarta: Mizan, 2005)
- Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Granada Press, 2007)
- Norman A.Hart, *Kamus Marketing*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2005)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Index, 2005)
- Philips Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2006)
- Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1997)
- Philip Kotler, A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Index, 2005)
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007)
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Sudono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004)
- Sutojo Siswanto, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya, 1997)
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997)
- Spardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005)

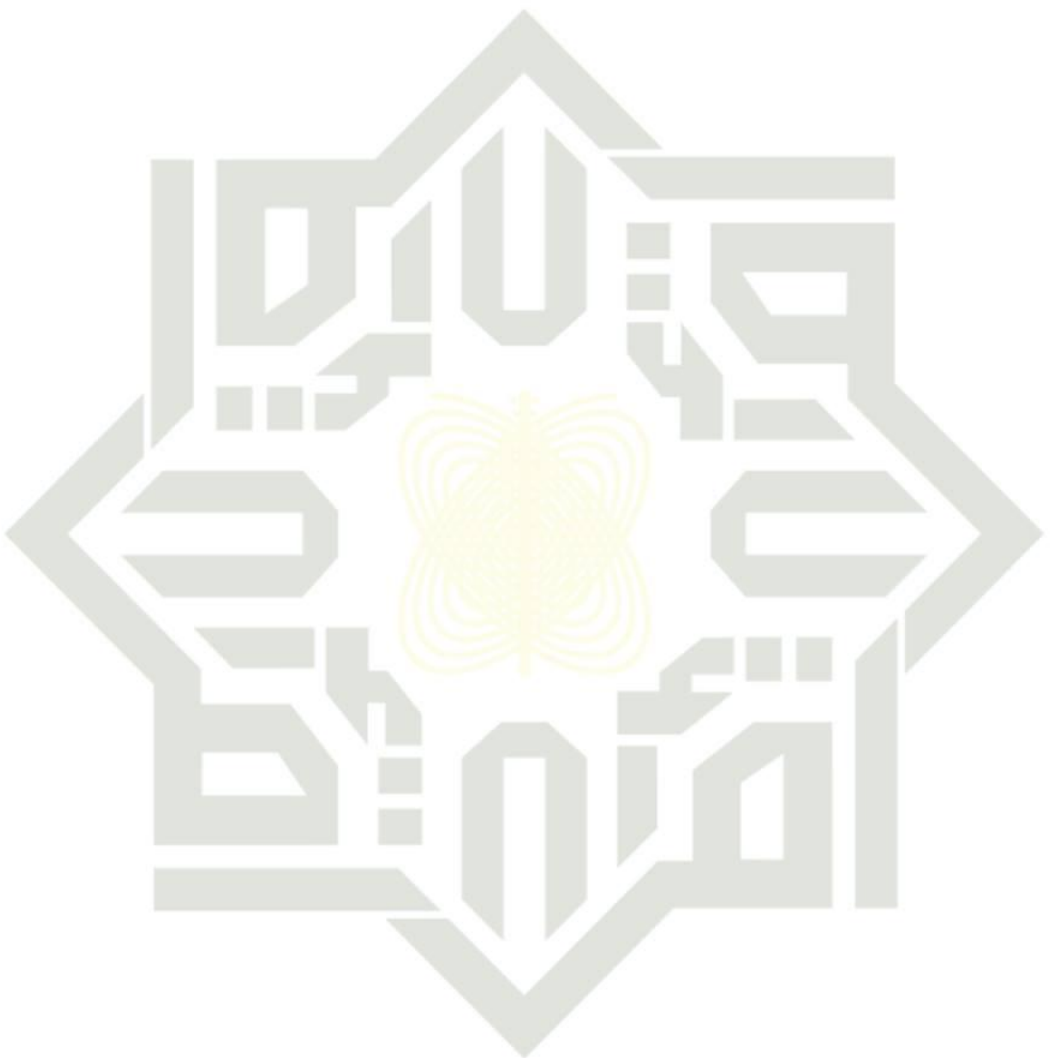


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suharso, *Kamus Besar Lengkap Bahasa Indonesia*, (Semarang: Widya Karya, 2007)

Thorik Gunara, *Marketing Muhammad*, (Bandung: Maddani Prima, 2004)



UIN SUSKA RIAU



LAMPIRAN DOKUMENTASI

Ha



bersama ibu Anggi(anak pemilik batik) usaha batik semat tembaga ria

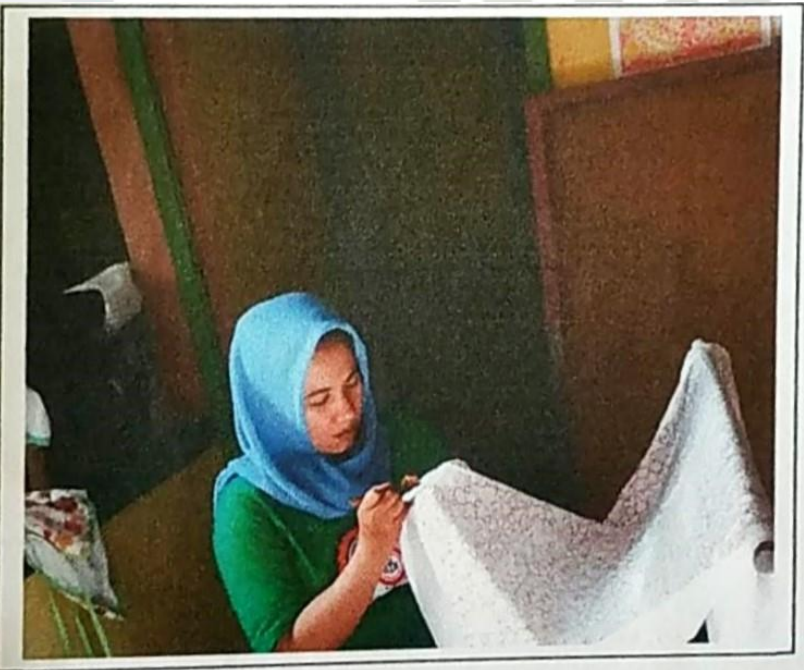


bersama bapak pemilik usaha batik semat tembaga ria

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



proses wawancara



Pemakaian malam(lilin)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

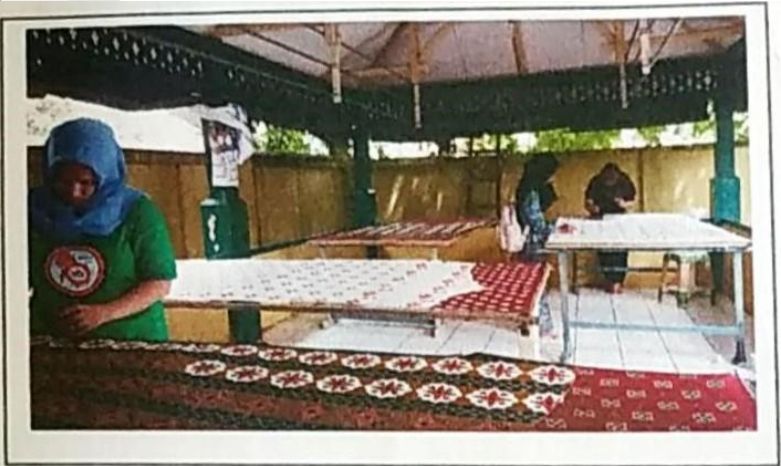
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Proses membatik



motif batik semat tembaga riau



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR WAWANCARA

A. Pertanyaan umum

1. Bagaimana sejarah berdirinya semat tembaga riau?
1. Berapa karyawan yang bapak miliki dalam usaha batik ini?
2. Berapa penjualan rata-rata perbulan yang bapak/ibuk dapatkan?
3. Apakah ada pelatihan kepada para karyawan yang menjadi pekerja ditempat bapak/ibuk?
4. Bagaimana cara penerimaan karyawan yang bapak/ibuk lakukan?
5. Apakah para karyawan memiliki skil yang bagus?

B. Strategi diferensiasi produk

1. Apa saja batik yang bapak ibuk hasilkan?
2. Bagaimana proses pembuatan batik?
3. Apakah ada perbedaan antara batik yang bapak ibuk hasilkan dari yang lain?
4. Apakah perbedaan batik yang bapak/ibuk hasilkan memiliki keunggulan atau kualitas yang bagus?
5. Bagaimana strategi yang bapak/ibuk lakukan dalam diferensiasi batik?
6. Apakah hasil batik yang bapak/ibuk hasilkan memiliki kualitas bagus dari segi pewarnaan?
7. Apakah warna batik yang bapak ibuk buat dari bahan yang sama?
8. Apakah dari kemasan produk yang bapak/ibuk buat membuat pembeli tertarik untuk membelinya?

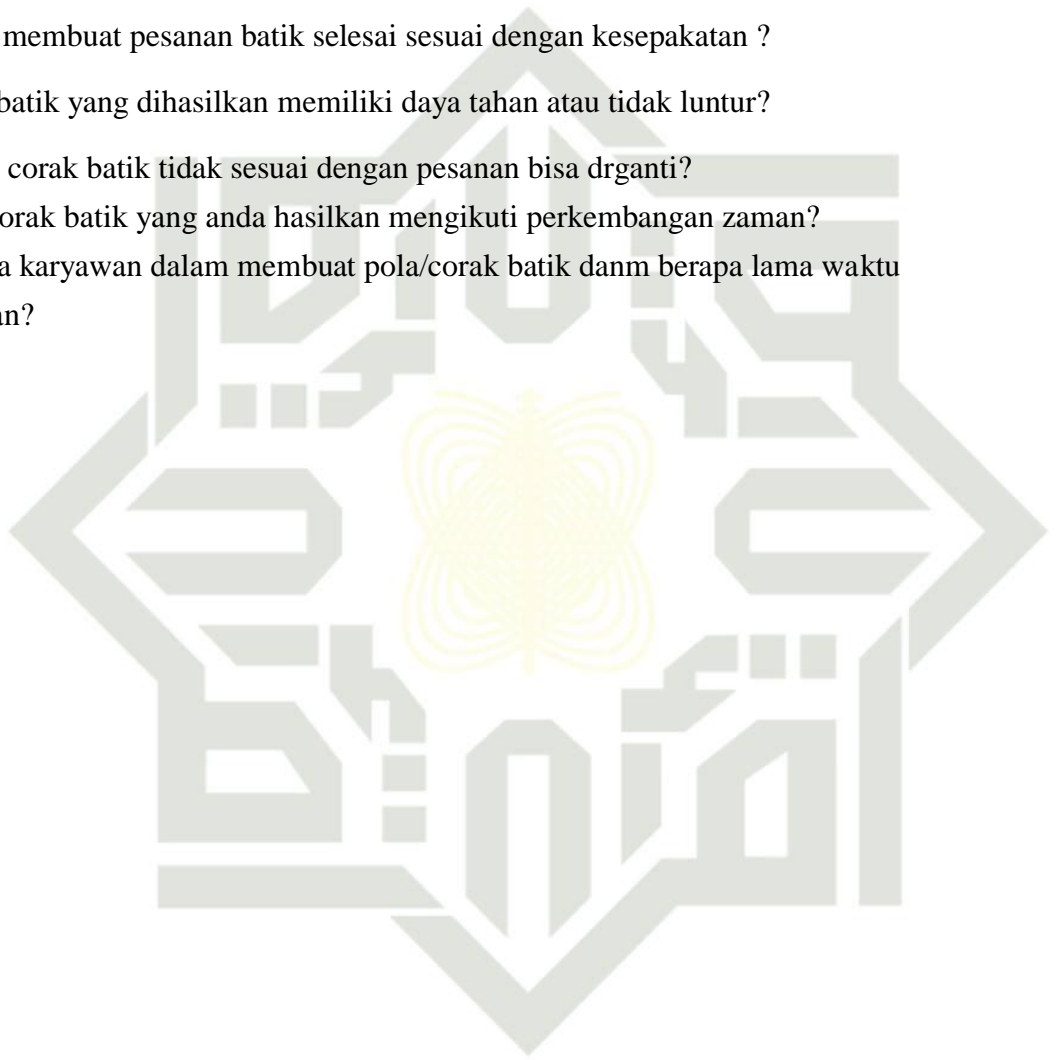
C. Faktor yang Mempengaruhi

1. Apakah dalam memproduksi batik bahannya mudah didapatkan?
2. Apakah faktor pendukung dalam diferensiasi produk batik?
3. Apakah menurut anda minat beli batik melayu riau tinggi?
4. Apakah batik yang dihasilkan meningkatkan minat beli konsumen?
5. Apakah bentuk atau fitur corak batik yang anda buat berbeda dengan batik yg lain?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Apakah bahan yang digunakan dalam membuat corak batik merupakan bahan yang aman ?
7. Apakah corak batik yang dihasilkan sesuai dengan selera konsumen ?
8. Apakah dalam membuat pesanan batik selesai sesuai dengan kesepakatan ?
9. Apakah corak batik yang dihasilkan memiliki daya tahan atau tidak luntur?
10. Apakah ketika corak batik tidak sesuai dengan pesanan bisa drganti?
11. Apakah style corak batik yang anda hasilkan mengikuti perkembangan zaman?
12. Bagaimana cara karyawan dalam membuat pola/corak batik danm berapa lama waktu yang dibutuhkan?



**ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK PADA BISNIS BATIK
MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA PRESPEKTIF
EKONOMI ISLAM”**

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pertanyaan ini hanya untuk penelitian saja, jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak akan berpengaruh terhadap posisi atau jabatan Bapak/Ibu
2. Berikan tanda (X) atau silang pada pilihan a,b, dan c yang sesuai keinginan Bapak/ibu.
3. Terima kasih Bapak/ibu telah bekerja sama, semoga Allah membalas kebaikan Bapak/ibu. Amin

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis kelamin :
Alamat :

- 1.) Apakah yang menjadi alasan bapak/ibuk membeli batik di Batik Melayu Riau Semat Tembaga dibanding tempat lain?
 - a. Banyak pilihan
 - b. Motif yang unik
 - c. Harga murah
- 2.) Sudah berapa kali bapak/ibuk membeli produk batik di Batik Melayu Riau Semat Tembaga?
 - a. Baru sekali
 - b. 2-5 kali
 - c. >6 kali
- 3.) Apakah menurut bapak/ibuk bentuk atau fitur produk batik di Batik Melayu Riau Semat Tembaga bagus dibanding tempat lain?
 - a. Bagus
 - b. Kurang bagus
 - c. Tidak bagus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

Apakah dalam memilih pola ukiran bapak/ibuk dipersilahkan memilih sesuai keinginan sendiri?

- a. Ya
- b. Kurang tau
- c. Tidak

Apakah menurut bapak/ibuk dari segi kualitas produk Batik Melayu Riau Semat Tembaga berkualitas dibanding batik lain?

- a. Berkualitas
- b. Kurang berkualitas
- c. Tidak berkualitas

6.) Apakah menurut bapak/ibuk ketahanan warna Batik Melayu Riau Semat Tembaga bagus dibanding tempat lain?

- a. Bagus
- b. Kurang bagus
- c. Tidak bagus

7.) Apakah ada garansi yang diberikan kepada bapak/ibuk atas penukaran produk?

- a. Bergaransi
- b. Kadang-kadang
- c. Tidak bergaransi

8.) Apakah menurut bapa/ibuk gaya Batik Melayu Riau Semat Tembaga mengikuti perkembangan zaman?

- a. Ya
- b. Kurang
- c. Tidak

9.) Apakah menurut bapak/ibuk rancangan produk batik Yang dihasilkan memiliki keunikan dibanding tempat lain?

- a. Unik
- b. Kurang unik
- c. Tidak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



10.) Apakah menurut bapa/ibuk Batik Melayu Riau Semat Tembaga harganya mahal dibanding tempat lain?

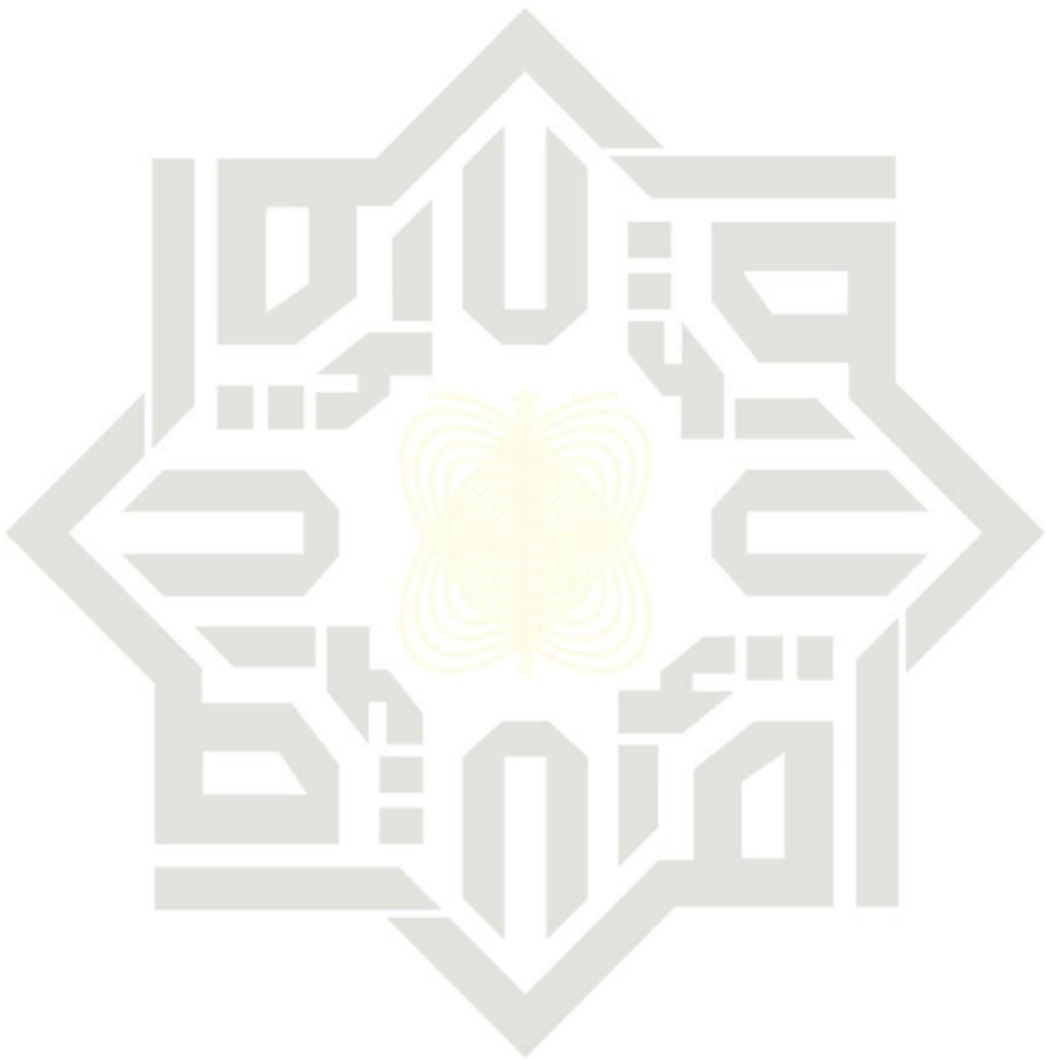
- a. Lebih mahal
- b. Sedang
- c. Tidak mahal

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul *ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK PADA BISNIS BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*

Nama : **Desi Barokah**
 NIM : 11425200065
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Agustus 2019 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Bambang Hermanto, M.Ag

Sekretaris
Syukran, M.Sy

Penguji I
Dra. Nurlaili, M.Si

Penguji II
Muhammad Nurwahid, M.Ag

Kabag Tata Usaha
 Fakultas Syariah dan Hukum

Erni, S.Sos., MM
 NIP. 19680226 199103 2 002

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Encik Amrun Salmon

Alamat : Jalan Kuantan No.42, Sekip Kecamatan Lima Puluh Kota
Pekanbaru

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : DESI BAROKAH

Nim : 11425200065

Jurusan : Ekonomi Syariah

Bahwa yang namanya tersebut di atas benar telah selesai melakukan penelitian di tempat usaha saya dalam rangka pengumpulan data untuk bahan skripsi dengan judul : “(ANALISIS STRATEGI **DIFERENSIAL** PRODUK PADA **BISNIS BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM** Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 17 Mei 2019

H. Encik Amrun Salmon

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Desi Barokah
 Nim : 11425200065
 Lembaga Pendidikan : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 Lokasi Penelitian : Batik Melayu Riau Semat Tembaga Lima Puluh Kota Pekanbaru
 Alamat : Jln Raya Kubang Gg. Saudra
 Nomor HP : 0822-8540-7783

Dengan ini saya menyatakan bahwa akan mentaati dan tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku berkaitan dengan penerbitan rekomendasi riset/penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Provinsi Riau.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 4 Desember 2018

Yang Membuat Pernyataan

DESI BAROKAH
 NIM. 11425200065

UIN SUSKA RIAU

PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISSET/16215
TENTANG



PELAKSANAAN KEGIATAN RISSET/PRA RISSET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 04/F.I/PP.00.9/9573/2018** Tanggal **5 Desember 2018**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

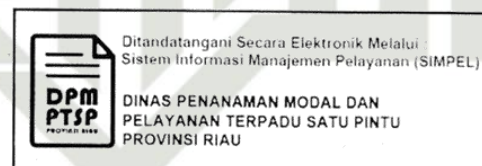
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : DESI BAROKAH |
| 2. NIM / KTP | : 11425200065 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK PADA BISNIS BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM |
| 7. Lokasi Penelitian | : BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA KECAMATAN LIMA PULUH KOTA |

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dan terima kasih.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 5 Desember 2018



Penyusunan :
Disampaikan Kepada Yth :

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
Yang Bersangkutan

UIN SUSKA RIAU



JURNAL HUKUM ISLAM

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293
Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052
www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com
HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **DESI BAROKAH**
NIM : **11425200065**
Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
Judul : **ANALISIS STRATEGI *DIFERENSIASI* PRODUK PADA
BISNIS BATIK MELAYU RIAU SEMAT TEMBAGA
PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Pembimbing : **Rustam, SE, ME.SY**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 12 September 2019

Pimpinan Redaksi

Nurvanti, S.E.I., ME.Sy

NIK. 130217032

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP

DESI BAROKAH, lahir di kampar 23 desember 1995.

Anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan ayahanda Suprpto dan ibunda Trismiyatun. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah SD N 006 Rimba Bringin, lulus pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP 2 Tapung Hulu, dan lulus pada tahun

2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA N 3 Tapung lulus pada tahun 2014. Tak cukup mengenyam pendidikan selama 9 Tahun, penulis pun melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi negeri dengan mengambil program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Diferensias Produk pada Bisnis Batik Melayu Riau Semat Tembaga Prespektif Ekonomi Islam”**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.